

3. Gli interventi

Stante la straordinaria rilevanza, sia da un punto di vista economico, sia per le ricadute sul pluralismo informativo e, quindi, sul sistema democratico di un Paese, del settore della comunicazione pubblicitaria, l'indagine conoscitiva ha analizzato estensivamente i mercati che compongono la filiera pubblicitaria impiegando un approccio orientato all'analisi degli assetti competitivi e alla salvaguardia della concorrenza.

L'analisi ha evidenziato, in particolare, la profonda differenziazione sussistente tra pubblicità classica (ossia veicolata sui mezzi di comunicazione di massa) e altre attività di comunicazione d'impresa (il cd. *below the line*). Tale differenziazione – basata su elementi quali la differente filiera produttiva, l'incidenza della produzione infragruppo, l'assenza di un mezzo di comunicazione sottostante e, di conseguenza, di una relazione con il sistema di rilevazione delle *audience*, l'estemporaneità delle attività del *below the line* spesso non collegate ad alcuna strategia di comunicazione di medio periodo, nonché le modalità di formazione dei prezzi – è idonea ad individuare ambiti di mercato distinti e separati oggetto di specifici approfondimenti.

Lo studio dell'andamento della pubblicità classica negli ultimi anni ha evidenziato, nonostante la crisi economica, la forte capacità di tenuta della televisione che rimane in Italia il mezzo pubblicitario preponderante. Non si può dire lo stesso degli altri mezzi tradizionali, ed in particolare della carta stampata che è interessata da un declino che appare di natura strutturale. Opposto è il sentiero evolutivo di internet il cui mercato pubblicitario nel 2006 ha superato per dimensioni la radio, e dal 2011 è diventato il secondo mezzo in Italia, oltrepassando quotidiani e periodici.

Come detto (si veda Focus 10), nel capitolo dedicato alle attività di comunicazione *below the line* è stata effettuata, per la prima volta, un'analisi puntuale, sia in termini statici che dinamici, delle attività del *marketing* di relazione che si caratterizza per la presenza di una struttura di mercato sostanzialmente concorrenziale, caratterizzata dal lato dell'offerta da una pluralità di soggetti estremamente dispersi sotto il profilo geografico, con un peso determinante della componente locale, profondamente eterogeni per dimensione, settore merceologico di prevalente attività e livello di specializzazione nel *marketing* di relazione. Il mercato si caratterizza, inoltre, accanto a frequenti fenomeni di autoproduzione che aumentano la complessità di una sua valorizzazione, per la presenza di basse barriere all'entrata di tipo amministrativo, economico o tecnologico che rendono ancora più dinamico il mercato, con riflessi positivi in termini di numerosità e varietà degli operatori.

Passando all'analisi economica condotta nei diversi ambiti della pubblicità attraverso i *media* (o *above the line*) sono emersi, invece, una serie di fallimenti di mercato.

Innanzitutto, è stata accertata la presenza di strutture di mercato (intermediazione, pubblicità televisiva, annuaristica e *online*) particolarmente concentrate. In particolare, si è osservato come il mercato televisivo, di gran lunga l'ambito più rilevante nel settore, sia caratterizzato da una struttura di mercato decisamente concentrata, con un soggetto in posizione dominante. Siffatto inefficiente assetto competitivo, che presenta caratteristiche di durevolezza e strutturalità, rischia di riverberarsi sull'intero sistema pubblicitario anche in considerazione dei legami sussistenti, tramite accordi di *overcommission*, con i (maggiori) centri *media*.

Inoltre, è emerso un processo di formazione dei prezzi e delle inserzioni pubblicitarie caratterizzato da forti opacità, che dipendono da numerosi fattori che non possono essere identificati *ex ante* dal cliente. Inoltre, l'elevata differenziazione dei prezzi, conseguente alla pratica degli sconti, conduce il settore verso un equilibrio dove la discriminazione di prezzo è molto diffusa. Mancanza di trasparenza e discriminazione di prezzo,

L'analisi dei mercati che compongono la filiera della raccolta pubblicitaria

L'analisi economica dei diversi mercati

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

soprattutto se legati a situazioni di significativo potere di mercato, possono condurre il sistema a situazioni di fallimento dei mercati, con detrimento del benessere sociale.

Con riferimento all'intermediazione pubblicitaria, si è osservato, in particolare, accanto ad una forma di mercato contraddistinta da un elevato e crescente livello di concentrazione, un sistema opaco di relazioni triangolari – fra centri *media*, inserzionisti e concessionarie di pubblicità – che, per sua natura, non favorisce l'efficienza del funzionamento del mercato e anzi appare suscettibile di produrre effetti restrittivi. Nel dettaglio, il funzionamento del meccanismo delle *overcommission* può comportare la creazione di barriere artificiali all'entrata nel comparto dell'offerta pubblicitaria, in quanto le nuove concessionarie di pubblicità, o comunque quelle di minori dimensioni, sono costrette a corrispondere premi di fine anno maggiori per rendere attraenti i propri prodotti nei confronti del centro *media*. Analogamente e in assenza di un adeguato sistema di incentivazione dei centri *media*, tale meccanismo appare potenzialmente distorsivo perché rischia di convogliare gli investimenti degli inserzionisti verso un esito non efficiente. Infatti, tale meccanismo non è funzionale ai bisogni specifici dei clienti, bensì allineato agli incentivi della concessionaria e del centro *media*. Tale distorsione provoca, altresì, una riduzione nella capacità della domanda di influenzare gli esiti di mercato.

Infine, relativamente al mercato della raccolta pubblicitaria *online*, è stata appurata la presenza di un operatore *leader* nel mercato le cui condotte sono state, o sono tuttora, oggetto di scrutinio da parte di Autorità antitrust in tutto il mondo. Stante la rilevanza strategica della raccolta pubblicitaria sul web non solo per gli assetti concorrenziali di internet, ma anche per la tutela del pluralismo, l'Autorità ha pertanto rilevato la necessità di attuare un'attenta azione di monitoraggio finalizzata a scongiurare la chiusura di un mercato così innovativo e dinamico, basata su una scrupolosa analisi dei benefici ma anche dei costi di ogni intervento, in ossequio ai principi stabiliti dall'Europa nel caso dei mercati innovativi. È stata pertanto avviata l'attività conoscitiva di cui alla delibera n. 39/13/CONS.

Focus 10 – L'Osservatorio sulla pubblicità

Nella prima edizione dell'Osservatorio è stato offerto, per la prima volta in Italia, un quadro esaustivo, ma di agevole consultazione, circa le evoluzioni e le tendenze generali del settore della comunicazione pubblicitaria nel suo complesso, nonché nei suoi due distinti ambiti di attività: *above the line* e *below the line*.

L'analisi dell'andamento generale del settore ha evidenziato una dinamica ciclica, tipica del comparto pubblicitario, con una fase di relativa crescita fino al 2008, ed una successiva profonda contrazione, avente natura, sia congiunturale, sia strutturale. L'andamento del 2012 conferma che il settore stenta a riprendersi dalle conseguenze della crisi economica in atto.

Nonostante l'operare di numerosi fenomeni (processi di digitalizzazione, congiuntura economica, crisi strutturale della componente editoriale) si è osservata, da un lato, la capacità di tenuta della televisione, che continua ad assorbire la quota più rilevante degli investimenti in pubblicità. Dall'altro, si è rilevato un andamento distonico, sia nell'*above* (pubblicità *online*) che nel *below the line* (*web marketing*), della componente internet della comunicazione pubblicitaria. Se dal 2005 ad oggi la pubblicità sui mezzi classici si è ridotta di un quarto (circa 2,5 miliardi in meno), la pubblicità *online* è cresciuta di oltre il mille per cento, superando gli 1,5 miliardi di euro e diventando, dopo la televisione, il secondo mezzo pubblicitario in Italia.

3. Gli interventi

L'approfondimento sulla comunicazione commerciale in internet ha evidenziato, inoltre, l'attuale centralità della componente *search* della pubblicità *online*, nonché l'esplosione di nuove tipologie, quali i *social network*.

L'analisi delle determinanti della domanda di pubblicità ha permesso di enucleare alcune evidenze:

- la dimensione aziendale riveste un aspetto cruciale nello spingere gli inserzionisti a investire, per cui la comunicazione pubblicitaria si conferma un'attività per medie e grandi imprese;
- le imprese di recente costituzione si rivolgono più spesso ad internet, quelle più mature tendono a privilegiare forme classiche di comunicazione pubblicitaria (quali il *direct marketing*);
- le imprese multinazionali investono maggiormente in televisione e internet, mentre gli inserzionisti locali utilizzano spesso gli annuari come unica forma di comunicazione d'impresa;
- le imprese con target BTC prediligono mezzi in grado di raggiungere un pubblico ampio e generalizzato (televisione, affissioni), e attività di *marketing* idonee a coinvolgere direttamente (promozioni) e immediatamente (*direct marketing*) i consumatori.

Inoltre, sono state riscontrate specifiche peculiarità dei singoli strumenti di comunicazione:

- la pubblicità televisiva si caratterizza per la presenza di poche grandi imprese inserzioniste (spesso multinazionali) che vendono prevalentemente beni di largo consumo e investono, per pubblicizzarli, *budget* assai considerevoli; nonché, specie nel caso di quella generalista, per la presenza di una soglia minima di accesso (per dimensione aziendale e *budget* medio annuo) almeno tre volte superiore a quella degli altri mezzi;
- la pubblicità su quotidiani e periodici presenta caratteristiche intermedie (per soglia di accesso, target geografico e settoriale, livello di intermediazione), mentre per l'editoria annuaristica (e in parte anche per le affissioni) è emersa la natura (prevalentemente) locale del mezzo;
- internet rappresenta (sia *nell'above* che nel *below the line*) un mezzo nel quale investono imprese di più recente fondazione, accessibile da parte di inserzionisti di minori dimensioni e con un elevato e crescente tasso di penetrazione;
- tutte le attività di *marketing di relazione* (il *below the line*) – tranne le relazioni pubbliche – mostrano caratteristiche piuttosto omogenee quali il carattere spesso locale della comunicazione, l'elevata penetrazione presso gli inserzionisti, i ridotti *budget* di investimento, la mancanza di intermediazione da parte dei centri *media*.

Infine, l'analisi della filiera pubblicitaria ha evidenziato come l'acquisto di spazi pubblicitari sui diversi mezzi rappresenti il frutto di una complessa attività di natura commerciale che si articola in varie fasi, coinvolgendo almeno quattro attori: editori dei mezzi, concessionarie, centri *media* e inserzionisti. Nonostante la rivoluzione digitale in atto, si è riscontrata un'accentuata isteresi dei comportamenti degli inserzionisti di pubblicità: l'80% degli inserzionisti tende a confermare le scelte passate circa gli investimenti sui vari mezzi pubblicitari; mentre il 60% degli inserzionisti investe in un solo mezzo, percentuale che sale all'85% se si considerano due mezzi pubblicitari.

Sono stati, inoltre, rilevati elevati livelli di correlazione positiva tra gli investimenti sui diversi mezzi, a dimostrazione della loro complementarietà con l'unica eccezione rappresentata dagli annuari, stante la loro spiccata vocazione locale.

Relativamente all'intermediazione, infine, si conferma il ruolo di rilievo dei centri *media* nella compravendita di spazi pubblicitari, dato che a loro si rivolge solo il 2% degli inserzionisti, ma attraverso essi sono amministrati ben tre quarti (75,1%) di tutti gli investimenti pubblicitari nazionali sui mezzi di comunicazione (*above the line*).

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

■ 3.2.2. La regolamentazione e la vigilanza

3.2.2.1. Posizioni dominanti, operazioni di concentrazione ed intese nel SIC e trasferimenti di proprietà di società radiotelevisive

La verifica
del rispetto
dei principi
di cui all'art. 43

L'articolo 43 del Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici prevede che l'Autorità, verifichi – a seguito di notifica di operazioni di concentrazione ed intese da parte dei soggetti che operano nel Sistema integrato delle comunicazioni (SIC) e, su segnalazione di chi vi abbia interesse o, periodicamente, d'ufficio, in conformità ai criteri e ai principi delineati nel comma 2 dell'art. 43 medesimo – che non si costituiscano, nel SIC e nei mercati che lo compongono, posizioni dominanti e che non siano superati i limiti stabiliti dai commi 7, 8, 9, 10, 11 e 12 del medesimo articolo. Inoltre, ai sensi dell'articolo 4 del regolamento in materia di procedimenti di autorizzazione ai trasferimenti di proprietà delle società radiotelevisive, dei procedimenti in materia di posizioni dominanti e dell'attività di verifica delle operazioni di concentrazione ed intese nel SIC, adottato con delibera n. 646/06/CONS del 6 novembre 2006, e con riferimento a tali attività di verifica, alla data del 30 aprile 2012, per quanto concerne le operazioni di concentrazione e le intese superiori alle soglie di fatturato di cui all'art. 4, comma 1, del regolamento medesimo, sono state assunte n. 19 delibere di non avvio dell'istruttoria da parte del Consiglio dell'Autorità e 36 determinate direttoriali di non avvio dell'istruttoria da parte della Direzione competente. I dati attestanti il volume di attività espletato nel periodo di riferimento, con riguardo alle attività di verifica delle operazioni di concentrazione ed intese nel SIC, sono riportati nella Tabella 3.4.

**Tabella 3.4. Verifica del rispetto dei principi di cui all'art. 43 del decreto legislativo
31 luglio 2005, n. 177 e successive modificazioni e integrazioni**

Operazioni sottoposte a verifica	33
Assunte con delibera	13
Assunte con determina	15
Operazioni infragruppo	8
Provvedimenti in trattazione	34

Fonte: Autorità

Il trasferimento dei diritti d'uso delle frequenze radiotelevisive ai sensi dell'art. 14 del Codice delle comunicazioni elettroniche

Il Codice delle comunicazioni elettroniche, all'articolo 14-ter, commi 5 e 6, disciplina la procedura di trasferimento o affitto dei diritti individuali di uso temporaneo delle radiofrequenze nelle bande individuate dalla Commissione europea a norma dell'articolo 9-ter, paragrafo 3, della direttiva 2002/21/CE ad altre imprese, secondo le condizioni legate a tali diritti d'uso. Una volta avviata la procedura da parte del Ministero dello sviluppo economico, l'Autorità svolge attività di verifica, in funzione di tutela degli interessi che la legge le assegna, affinché la concorrenza non sia falsata in conseguenza dei trasferimenti dei diritti d'uso. All'esito delle verifiche, sentita l'AGCM, l'Autorità

3. Gli interventi

esprime parere al Ministero il quale conclude il procedimento con il proprio assenso, apponendo, se necessario, specifiche condizioni all'autorizzazione e conferendo efficienza al trasferimento dei diritti, oppure comunicando agli operatori i motivi che giustificano il diniego dell'autorizzazione stessa.

Con riferimento alle procedure previste all'art. 14-ter del Codice, nel periodo di riferimento sono stati trasmessi 5 pareri all'Autorità garante della concorrenza e del mercato e 7 al Ministero dello sviluppo economico, tutti concernenti trasferimenti di diritti d'uso di frequenze intervenuti tra operatori televisivi locali.

Trasferimenti di proprietà di società radiotelevisive

La transizione dal sistema analogico al sistema digitale per la diffusione radiotelevisiva terrestre, iniziata nel secondo semestre 2008 dall'area tecnica 16 corrispondente al territorio della regione Sardegna, è stata ufficialmente completata il 4 luglio 2012, con lo *switch off* dell'area 15, corrispondente al territorio delle regioni Calabria e Sicilia.

Il nuovo sistema televisivo, *Digital Terrestrial Television*, oltre ad essere un'importante innovazione tecnologica, consente agli utenti la fruizione di un maggior numero di programmi televisivi, corrispondenti ad una nuova tipologia di titoli abilitativi, individuati nelle autorizzazioni per fornitori di servizi di media audiovisivi in ambito locale e/o in ambito nazionale, ovvero dei cosiddetti "palinsesti televisivi", che – secondo la definizione recata all'art. 1, comma 1, lett. m), della delibera n. 353/11/CONS, come modificata dalla delibera n. 350/12/CONS – coincidono con "l'insieme, predisposto da un fornitore di servizi di media audiovisivi lineari su frequenze terrestri in tecnica digitale, di una serie di programmi unificati da un medesimo marchio editoriale (...)".

In un'ottica di razionalizzazione delle risorse disponibili e di acquisizione di nuovi titoli autorizzatori, assume rilevanza la posizione assunta dagli operatori radiotelevisivi nella trasformazione di un'economia di mercato che, superati i limiti imposti dal sistema televisivo analogico, coincidente nell'equazione "una frequenza – un programma televisivo", si rivela foriera di più ampie possibilità, nella considerazione che oggi un canale digitale consente di trasportare da cinque a sette programmi televisivi, e in prospettiva, con tecniche di compressione sempre più evolute, come lo standard televisivo DVB-T2 – la cui installazione all'interno dei decodificatori, come stabilito dalla legge 26 aprile 2012, n. 44, sarà obbligatoria a partire dal 1º luglio 2015 – potrà arrivare a trasportarne fino a dieci.

In tale rinnovato contesto, nel corso degli ultimi dodici mesi, l'attività che l'Autorità è stata chiamata a svolgere – concretizzandosi nella competenza a valutare, caso per caso, sulla base della vigente normativa, il rispetto dei requisiti e dei limiti anticoncentrati previsti e regolamentati dalla delibera n. 646/06/CONS, predisposta sulla base della prescrizione dell'art. 1, comma 6, lett. c), n. 13, della legge 31 luglio 1997, n. 249 e delle disposizioni recate dal decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (Testo unico della radiotelevisione, come modificato dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44, in attuazione della direttiva 2007/65/CE) – si può riassumere per tipologie di istanze di trasferimento di proprietà, riguardanti:

- modifica degli assetti societari con eventuale variazione del controllo di ultima istanza di società radiotelevisive;

Trasferimenti
di proprietà
di società
radio-tv: le
istanze valutate

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

- cessione di emittenti televisive soggette ancora al sistema analogico;
- cessione di autorizzazioni per forniture di servizi di *media* audiovisivi in ambito locale e/o in ambito nazionale;
- conferimenti di rami d'azienda a società di nuova costituzione;
- operazioni infragruppo;
- cessioni di emittenti radiofoniche.

La varietà delle istanze presentate dagli operatori radiotelevisivi ha comportato, in particolare nei casi di subentro nei titoli abilitativi per l'emittenza televisiva, l'applicazione della disciplina recata dai regolamenti approvati dall'Autorità: con delibera n. 78/98, avuto riguardo alla cessione delle emittenti ancora analogiche in ragione dell'art. 11, comma 2, e con delibera n. 353/11/CONS, per i trasferimenti di proprietà delle autorizzazioni per forniture di servizi di *media* audiovisivi ai sensi dell'art. 6, comma 1, in base al quale all'Autorità spetta di rendere le competenti determinazioni al Ministero dello sviluppo economico, affinché quest'ultimo consenta il subentro della società acquirente nella titolarità dell'autorizzazione ceduta.

L'assenso al trasferimento di proprietà del ramo d'azienda ceduto rimane vincolato alla valutazione che l'Autorità è chiamata a esprimere sul possesso dei requisiti soggettivi e oggettivi in capo al soggetto interessato, il quale, compiutasi la transizione al digitale terrestre, non deve più dimostrare la propria capacità economica e occupazionale, essendo ormai decaduti i requisiti che prevedevano precise soglie di capitale sociale e numero di dipendenti impiegati, così come meglio precisato nella Circolare esplicativa di talune disposizioni – in particolare quelle recate all'art. 3, comma 13 – del Regolamento relativo alla radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale approvato con delibera n. 353/11/CONS e modificato dalla successiva delibera n. 350/12/CONS del 2 agosto 2012.

I limiti anticoncentrativi

Nel quadro normativo determinatosi con l'attuazione della radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale, assume, oggi, particolare rilevanza il rispetto dei limiti anticoncentrativi disciplinati dall'art. 22 della delibera n. 353/11/CONS, dal quale si evince che, nel rispetto di quanto previsto dall'articolo 43 del Testo unico, il limite alle autorizzazioni alla fornitura dei programmi televisivi è fissato, per ogni soggetto abilitato, o soggetti fra di loro in rapporto di controllo o di collegamento, al 20% nello stesso bacino in ambito locale, e al 20% del totale dei programmi televisivi su frequenze terrestri in ambito nazionale, con il divieto assoluto di detenere contemporaneamente autorizzazioni per la fornitura di contenuti in ambito nazionale e locale.

I criteri e le modalità di verifica del rispetto dei predetti limiti alle autorizzazioni alla fornitura dei programmi televisivi sono contenute nell'art. 23 della delibera n. 353/11/CONS, che, ai commi 1 e 2, stabilisce che l'Autorità, al fine di fornire sicuri parametri di riferimento utili allo sviluppo del mercato radiotelevisivo, vi provvede "periodicamente d'ufficio, comunque entro il 30 ottobre di ciascun anno, nonché in occasione di notifica di intese od operazioni di concentrazioni ai sensi dell'articolo 43, comma 1 del Testo unico ovvero su segnalazione di chi vi abbia interesse", disponendo l'avvio dell'istruttoria ai sensi e per gli effetti del regolamento di cui alla delibera n. 646/06/CONS nel caso riscontri il superamento dei limiti stabiliti dalla legge per la diffusione di programmi in ambito nazionale o locale.

Ad oggi, la verifica della soglia del 20% è correlata alla completa attuazione del "Piano di assegnazione delle frequenze televisive digitali terrestri in tecnica digitale".

3. Gli interventi

3.2.2.2. Il rilascio di autorizzazioni per i servizi di media audiovisivi e per le emittenti satellitari

Il Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici dispone che sia “la prestazione di servizi di *media* audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica” (art. 21, comma 1-*bis*) sia “la fornitura di servizi di *media* audiovisivi a richiesta” (art. 22-*bis*) sono soggette ad autorizzazione rilasciata dall’Autorità sulla base della disciplina stabilita con propri regolamenti. I suddetti regolamenti sono stati approvati dal Consiglio dell’Autorità con le delibere n. 606/10/CONS e n. 607/10/CONS del 25 novembre 2010.

La prestazione di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica

In attuazione della previsione di cui all’art. 21, comma 1-*bis*, del Testo unico, la delibera n. 606/10/CONS reca la disciplina dell’attività di fornitura di servizi di *media* audiovisivi lineari o radiofonici, anche a pagamento, su altri mezzi di comunicazione elettronica, svolta sotto la responsabilità editoriale di un fornitore di servizi di *media*. Le autorizzazioni sono rilasciate dall’Autorità e sono valide per un periodo di dodici anni dalla data del conseguimento e possono essere rinnovate per periodi successivi di uguale durata.

Nel periodo di riferimento, e rispetto al precedente periodo, il volume di attività attinente l’adozione dei provvedimenti di rilascio delle autorizzazioni in questione si riassume nei dati riportati nella Tabella 3.5.

Tabella 3.5. Servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica

	Anno 2011/12	2012/2013
Soggetti autorizzati	3	3
Servizi di media audiovisivi	4	4
Servizi di media radiofonici	16	17

Fonte: Autorità

L’art. 9, comma 1 del regolamento consente inoltre, senza alcun onere, ai fornitori di servizi di *media* audiovisivi o radiofonici su reti di diffusione terrestre, via satellite o di distribuzione via cavo, in possesso del relativo titolo abilitativo in corso di validità, e previa notifica, inclusiva anche dei dati tecnici necessari, da effettuarsi all’Autorità e al Ministero dello sviluppo economico, la ritrasmissione simultanea integrale, su altri mezzi di comunicazione elettronica, fatto salvo il rispetto dei diritti di trasmissione acquisiti.

Il volume delle notifiche pervenute, con riguardo a tale ambito di competenze e nel periodo di riferimento, è riportato nella Tabella 3.6.

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

Tabella 3.6. Comunicazioni di notifica di ritrasmissione in simulcast delle prestazioni di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica

	Anno 2011/12	2012/2013
Società notificanti	231	46
Simulcast di servizi di media audiovisivi	88	19
Simulcast di servizi di media radiofonici	256	29

Fonte: Autorità

La fornitura di servizi di media audiovisivi a richiesta

La delibera n. 607/10/CONS disciplina l'attività di fornitura di servizi di *media* audiovisivi non lineari, anche a pagamento, svolta sotto la responsabilità editoriale di un fornitore di servizi di *media* indipendentemente dalla rete di comunicazione elettronica impiegata e dispone, all'art. 3, che l'autorizzazione generale è conseguita a seguito della presentazione all'Autorità di una segnalazione certificata di inizio attività, ai sensi dell'articolo 19 della legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modificazioni.

A fronte del periodo 2011/2012, allorché sono pervenute tre segnalazioni certificate di inizio attività, nel successivo periodo 2012/2013 è pervenuta una segnalazione.

Le autorizzazioni satellitari

Le procedure per il rilascio dei titoli abilitativi in favore delle emittenti che diffondono programmi televisivi via satellite in uno degli Stati firmatari della convenzione europea sulla televisione transfrontaliera – stipulata a Strasburgo il 5 maggio 1989 e ratificata con legge 5 ottobre 1991, n. 327 – sono disciplinate dal regolamento approvato dall'Autorità con la delibera n. 127/00/CONS del 1º marzo 2000.

I provvedimenti di autorizzazione alla diffusione via satellite dei programmi televisivi

AI sensi dell'art. 5, comma 1, del citato regolamento, i provvedimenti di autorizzazione – avviati previa presentazione, da parte del soggetto interessato, di apposita istanza in rapporto a ciascuno dei programmi che si intende diffondere – sono rilasciati per la durata di sei anni e possono essere rinnovati.

Il volume di attività attinente l'adozione dei provvedimenti di autorizzazione alla diffusione via satellite dei programmi televisivi si riassume, anche in raffronto al periodo precedente, nei dati riportati nella Tabella 3.7.

Tabella 3.7. Autorizzazioni alla diffusione via satellite dei programmi televisivi

	Anno 2012/13	2011/2012
Domande presentate	88	64
Autorizzazioni rilasciate	11	16
Autorizzazioni rinnovate	50	18
Autorizzazioni volturate	15	26
Provvedimenti in trattazione	12	4

Fonte: Autorità

3. Gli interventi

Dalla lettura comparata dei dati relativi alle autorizzazioni trattate nelle due annualità si registra un sensibile decremento nel numero delle nuove autorizzazioni a fronte dell'incremento nel numero delle autorizzazioni rinnovate, in gran parte dovuto al fatto che nel 2012 andavano in scadenza le autorizzazioni rilasciate alla società Sky Italia. Infine, a fronte della diminuzione del numero delle autorizzazioni volturate, si segnala un notevole aumento del numero delle autorizzazioni decadute che, complessivamente, da n. 144, come rilevato al 30 aprile 2012, sono passate a n. 181, sintomo della difficoltà che sta attraversando anche il sistema della televisione satellitare.

Al 30 aprile 2013, la consistenza globale del settore dell'emittenza televisiva via satellite trova sintesi nel numero complessivo dei programmi e dei soggetti autorizzati riportati nella Tabella 3.8.

Tabella 3.8. Programmi e soggetti autorizzati alla diffusione via satellite

Totale programmi autorizzati – rinnovati	377
Totale soggetti autorizzati	131
Totale autorizzazioni decadute	181

Fonte: Autorità

Onde consentire l'esercizio di una funzione generale di monitoraggio del settore, i dati anagrafico-tecnici dichiarati dai soggetti istanti – e con riguardo a ciascuno dei provvedimenti di autorizzazione rilasciati – sono acquisiti in uno specifico *database*, che consente la gestione delle singole posizioni e la loro attualizzazione mediante l'annotazione delle successive pertinenti variazioni, quali il mutamento dell'assetto societario delle emittenti, la modifica delle denominazioni dei programmi diffusi e il cambiamento del sistema tecnico di trasmissione.

In linea più generale, infine, nell'ottica di un rafforzamento degli strumenti della vigilanza mirato al perseguimento di una obiettiva parametrizzazione del sistema dell'emittenza televisiva satellitare e degli attori che in esso operano, nel periodo in esame è continuata, nei confronti delle società autorizzate alla diffusione di trasmissioni televisive via satellite, l'attività già in precedenza avviata e diretta ad acquisire informazioni e dati in ordine sia all'ubicazione degli apparati di *up-link* dalle stesse utilizzati, sia alle società partner che rendono ad esse disponibile la necessaria capacità trasmissiva.

3.2.2.3. La televisione digitale terrestre e la radio digitale

La procedura per l'assegnazione delle frequenze disponibili in banda televisiva per sistemi di radiodiffusione digitale terrestre e misure atte a garantire condizioni di effettiva concorrenza e a tutela del pluralismo

La legge n. 44 del 26 aprile 2012, di conversione del decreto legge 2 marzo 2012 n. 16 (di seguito: la "legge") all'articolo 3-quinquies, recante "Misure urgenti per l'uso efficiente e la valorizzazione economica dello spettro radio e in materia di contributi per l'uso delle frequenze televisive", ha introdotto una radicale modifica nelle procedure di gara a suo tempo avviate per l'assegnazione gratuita ("beauty contest") delle frequenze disponibili in banda televisiva per sistemi di radiodiffusione digitale terrestre deri-

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

vanti dal cosiddetto "dividendo digitale interno", disciplinato dall'Autorità con delibera n. 497/10/CONS.

L'annullamento
del *beauty*
contest

Più specificamente, la legge ha annullato il *beauty contest* già indetto dal Ministero dello sviluppo economico con il bando pubblicato nella G.U. n. 80 dell'8 luglio 2011, introducendo una serie di principi e criteri direttivi per la definizione, da parte dell'Autorità, delle procedure per la nuova gara, basata, al fine di assicurare la valorizzazione economica dello spettro, sul meccanismo dell'asta pubblica a titolo oneroso, anche mediante rilanci competitivi. Si rammenta che, in base riparto di competenze in materia di gestione dello spettro radioelettrico, all'Autorità compete la pianificazione e la definizione della procedura di assegnazione delle frequenze, mentre spetta al Ministero dello sviluppo economico l'adozione del bando di gara e la gestione della procedura d'asta.

In data 20 settembre 2012, il Consiglio dell'Autorità ha approvato uno schema preliminare di provvedimento sulla base del quale i propri uffici hanno dato avvio al confronto tecnico con i competenti uffici della Commissione europea, secondo quanto espressamente previsto all'articolo 3-*quinquies*, comma 2, primo capoverso, della legge citata, stante la pendenza della procedura di infrazione n. 2005/5086 avviata dalla Commissione europea nei confronti dell'Italia per il contrasto della disciplina nazionale in materia radiotelevisiva con il diritto comunitario.

L'interlocuzione con la Commissione europea ha riguardato, in particolare, l'attuazione, alla luce del mutato quadro legislativo e delle condizioni tecnologiche e di mercato, delle specifiche misure pro-concorrenziali concordate tra la Commissione e il Governo italiano nel 2009 al fine di consentire la chiusura della procedura.

In tale quadro occorre considerare che le misure adottate sono il risultato di un lungo percorso condotto dall'Autorità – nell'esercizio dei poteri ad essa attribuiti dal legislatore e nel rispetto dei principi e criteri direttivi fissati dalla *lex specialis* in materia di assegnazione di diritti d'uso delle frequenze televisive – in stretta collaborazione con la Commissione europea (cfr. Trattato sull'Unione europea, art. 4), finalizzato alla chiusura della citata procedura di infrazione.

Il regolamento
per la procedura
delle frequenze
disponibili per
mezzo di asta

In data 11 aprile 2013, all'esito positivo del dialogo con la Commissione europea e della risultante consultazione aperta a tutti i soggetti interessati, con la delibera n. 277/13/CONS l'Autorità ha adottato il provvedimento finale recante il regolamento per la procedura d'asta, trasmesso al Ministero per l'adozione del bando e l'avvio della gara.

Tale provvedimento introduce una serie di rilevanti modifiche rispetto allo schema di regolamento approvato con delibera n. 550/12/CONS il 14 novembre 2012 sottoposto a consultazione pubblica. I multiplex assegnabili sono tre e la durata dei relativi diritti d'uso è di venti anni. In un'ottica di gestione efficiente dello spettro e di sviluppo futuro dei servizi destinati all'LTE, l'Autorità ha deciso di escludere dall'asta le frequenze degli ulteriori lotti del sottoinsieme U di durata quinquennale previsti nel primo schema di provvedimento. Attraverso questo provvedimento l'Autorità ha, infatti, individuato un percorso che dovrebbe portare a un riordino complessivo e di pianificazione delle risorse frequenziali nazionali assegnate alla televisione digitale terrestre e di risolvere così alcune criticità in un orizzonte di breve-medio periodo. Per rispondere all'obiettivo di garantire un maggior grado di concorrenza e pluralismo nella diffusione dei contenuti, come richiesto anche dalla Commissione europea, il regolamento (art. 7) consente di concorrere per tutti e tre i lotti (L1, L2, L3) ai soli nuovi entranti o piccoli operatori (cioè che detengono un solo multiplex) e per due lotti agli operatori già in possesso di

3. Gli interventi

due multiplex; limita ad un solo multiplex la partecipazione degli operatori integrati, attivi su altre piattaforme con una quota di mercato superiore al 50% nel mercato della tv a pagamento; esclude dalla partecipazione alla gara gli operatori che detengono tre o più multiplex. Inoltre, l'Autorità, nell'ambito dei propri poteri e fino al mutare delle attuali condizioni tecnologiche e di mercato, assicurerà il rispetto del *cap* di 5 multiplex che ogni operatore può complessivamente detenere anche al di fuori della gara.

La procedura di gara prevede anche misure relative all'accesso obbligatorio, a condizioni economiche orientate ai costi, ai servizi di trasmissione degli operatori *incumbent*, limitatamente all'accesso a elementi della rete e risorse correlate (art. 8). Tale disciplina deriva dall'analogo obbligo già previsto dal punto 10 dell'Allegato A alla delibera n. 181/09/CONS, ed è conforme a quanto disposto all'art. 89 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

Il provvedimento fissa, inoltre, il valore minimo d'asta (art. 9) secondo criteri tesi a evitare che lo stesso costituisca un disincentivo all'offerta per nuovi entranti e piccoli operatori e assicurando che il valore determinato dalla gara rifletta il valore dello spettro assegnato. Tenendo conto di quanto emerso in consultazione, l'Autorità ha parametrato i criteri per la fissazione del minimo d'asta vadano ai modelli di business del mercato televisivo, che presenta una differenza sostanziale rispetto al mercato delle telecomunicazioni, prendendo a riferimento il decreto ministeriale 23 gennaio 2012 con il quale sono fissate le misure economiche di natura compensativa per il rilascio volontario delle frequenze nella c.d. Banda 800 MHz. Il valore delle misure economiche compensative di cui al citato decreto, seppure in via indiretta, costituisce un indicatore del valore base dei lotti che compongono l'offerta di gara, in quanto rappresentativo del valore attribuito alla liberazione dello spettro delle frequenze 790-862 MHz da parte di operatori del settore radiotelevisivo in seguito alla digitalizzazione della rete di diffusione a livello regionale. Tale valore è stato corretto per tener conto del differente grado di copertura dei canali che compongono i lotti in gara rispetto alle frequenze di cui alla tabella B del citato decreto ministeriale, che complessivamente coprono circa il 62% della popolazione nazionale.

***Il Piano di numerazione automatica dei canali (LCN)
della televisione digitale terrestre, in chiaro e a pagamento,
e modalità di attribuzione dei numeri ai fornitori di servizi di media
audiovisivi autorizzati alla diffusione di contenuti audiovisivi
in tecnica digitale terrestre***

Il decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44, modificando l'art. 32, comma 2, del "Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici", ha affidato all'Autorità il compito di adottare un apposito piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, in chiaro e a pagamento, e di stabilire, con proprio regolamento, le modalità di attribuzione dei numeri ai fornitori di servizi di *media* audiovisivi autorizzati alla diffusione di contenuti audiovisivi in tecnica digitale terrestre, sulla base dei principi e dei criteri direttivi espressamente elencati stabiliti dalla citata norma, fra cui la garanzia della semplicità d'uso del sistema di ordinamento automatico dei canali, il rispetto delle abitudini e preferenze degli utenti, con particolare riferimento ai canali generalisti nazionali e alle emittenti locali, la suddivisione delle numerazioni dei canali a diffusione nazionale secondo il genere di programmazione, la presenza nel primo arco di numeri di spazi adeguati per la programmazione delle emittenti locali di quali-

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

tà e quella legata al territorio, la presenza di numeri riservati ai soggetti nuovi entrati sul mercato.

Il nuovo piano LCN

Con delibera n. 237/13/CONS del 21 marzo 2013 l'Autorità ha approvato il nuovo Piano di numerazione automatica dei canali (LCN, *Logical channel numbering*), a seguito dell'esame degli esiti della consultazione pubblica avviata il 4 ottobre 2012 e di un'indagine demoscopica sulle abitudini e preferenze degli utenti svolta dall'Istituto Piepoli nel mese di gennaio 2013.

L'impianto del provvedimento recepisce i rilievi delle sentenze del Consiglio di Stato che, nell'annullare il precedente piano, approvato con la delibera n. 366/10/CONS, aveva imposto all'Autorità di pronunciarsi nuovamente sull'attribuzione dei numeri 7, 8 e 9 alle tv nazionali ex analogiche a seguito di una nuova indagine di mercato e di definire nuovi criteri per l'assegnazione dei numeri LCN alle emittenti locali, in precedenza attribuiti ricorrendo alle graduatorie formate presso i Comitati regionali per le comunicazioni per assegnazione di contributi pubblici.

Con il preciso obiettivo di impiegare razionalmente ed efficientemente le risorse, nonché di garantire la semplicità d'uso del telecomando da parte degli utenti, il nuovo assetto definito dall'Autorità riserva spazi maggiormente ampi e di pregio tanto all'emittenza nazionale quanto a quella locale.

La nuova indagine demoscopica, condotta con metodo CATI su un campione di 23.600 unità rappresentativo della popolazione italiana e con criteri univoci in tutta Italia, ha evidenziato che, su base nazionale, meno dell'1% degli intervistati ha variato l'impostazione automatica posizionando un'emittente locale sui tasti 7, 8 e 9 del telecomando.

Sulla base di queste risultanze, l'Autorità ha confermato l'attribuzione delle numerazioni 7, 8 e 9 ai canali generalisti ex analogici, ferma restando la competenza del Ministero dello sviluppo economico circa l'effettiva attribuzione dei numeri ai soggetti richiedenti.

Con riferimento alla definizione dei nuovi criteri per l'assegnazione dei numeri LCN alle emittenti locali, l'Autorità, in considerazione delle previsioni di legge e delle osservazioni formulate dal Consiglio di Stato, ha individuato, quali criteri preferenziali per l'assegnazione della numerazione, la qualità della programmazione, valutata in base ai piani editoriali degli ultimi cinque anni e al numero di dipendenti impiegati in modo continuativo, e le preferenze degli utenti e il radicamento sul territorio, valutati in base agli indici di ascolto, alla storicità e al grado di copertura del canale.

Allo scopo di rafforzare la salvaguardia delle tv locali, assicurando a tale comparto effettive possibilità di crescita in termini di nuove offerte digitali, e, nel contempo, di razionalizzare la distribuzione delle risorse, l'Autorità ha assegnato tre interi archi all'emittenza locale (III, VII e X arco).

Per le emittenti locali di qualità e radicate sul territorio sono stati specificamente riservati i numeri da 10 a 19 e i numeri da 97 a 99 del primo arco ed i corrispondenti numeri del secondo arco. Alle televisioni locali che trasmettono lo stesso programma in più Regioni sono riservati i numeri 10, 97, 98 e 99 sul primo arco e 110, 197, 198 e 199 sul secondo arco. Conseguentemente con il nuovo Piano, le posizioni per tale comparto aumentano da 219 a 323 numeri, corrispondenti a 6.460 posizioni su base regionale (a fronte di 4.380 nel precedente assetto).

L'Autorità ha, inoltre, ridefinito la composizione del primo e del secondo arco, prevedendo un incremento delle numerazioni destinate ai canali nazionali nativi digitali,

3. Gli interventi

il cui spazio si era dimostrato insufficiente a garantire l'ingresso di nuovi entranti. Ad essi vengono complessivamente attribuiti i numeri da 21 a 96, ripetuti anche nel secondo arco, rispetto al range inferiore 21-70 del precedente Piano.

Allo scopo di evitare di incidere negativamente sulle abitudini degli utenti sviluppatesi sulla base del precedente Piano, le nuove numerazioni dal numero 71 al numero 96 ripropongono la successione dei generi prevista dalla legge a partire dalla categoria dei semigeneralisti, incluse le emittenti di televendita. L'Autorità ha peraltro introdotto il divieto di collocazione nel primo arco delle emittenti con programmazione prevalentemente dedicata al gioco d'azzardo.

In forza del nuovo assetto, ai canali a pagamento continuano ad essere attribuiti due archi di numerazione (da 301 a 499), mentre, allo scopo di ottimizzare e razionalizzare l'uso degli spazi disponibili, nell'ottavo arco saranno disponibili le trasmissioni differite di uno stesso palinsesto nazionale, cui è stata già attribuita una numerazione nel primo, nel secondo o nel sesto arco, nonché i canali diffusi in alta definizione (HD), ferma restando, in via alternativa, la possibilità di essere posizionati nell'arco di pertinenza in funzione del genere della programmazione trasmessa. Nel nono arco sono stati concentrati i canali radiofonici e quelli destinati ad ulteriori tipologie di servizi.

Per consentire una ordinata transizione dal vecchio al nuovo Piano, è stato disposto che le numerazioni attualmente in uso saranno mantenute fino all'attribuzione dei nuovi numeri da parte del Ministero, ferma restando la conferma di quelli esistenti laddove compatibili con il nuovo provvedimento. Per evitare disservizi all'utenza, la risintonizzazione automatica avverrà in un'unica giornata su tutto il territorio nazionale.

Infine, in previsione dell'obbligo di integrazione del DVB-T2 nei decoder e nei televisori integrati a partire dal 2015, l'Autorità ha deciso di istituire un Tavolo tecnico con l'obiettivo di condividere tra gli operatori le soluzioni relative allo standard dei decodificatori e alla navigazione tematica tra i canali attraverso le guide elettroniche ai programmi (EPG).

Il Piano sarà revisionato entro un biennio sulla base dello sviluppo del mercato, della tecnologia e delle abitudini degli utenti.

Cessione di capacità trasmissiva

I soggetti assegnatari del diritto d'uso delle frequenze sulla base delle graduatorie di cui all'articolo 4, comma 1, del decreto legge 34/2011, convertito con modificazioni dalla legge n. 75/2011, devono cedere una quota della capacità trasmissiva ad essi assegnata a favore dei soggetti legittimamente operanti in ambito locale alla data del 1° gennaio 2011, che non risultano destinatari di diritti d'uso sulla base delle citate graduatorie.

L'articolo 27 della delibera n. 353/11/CONS stabilisce modalità e condizioni della cessione della capacità trasmissiva delle reti televisive locali, assegnando a tal riguardo all'Autorità specifici compiti e funzioni.

Nel periodo di riferimento, l'Ufficio di nuova costituzione "Accesso Piattaforme ed Equivalence" della Direzione reti e servizi di comunicazione elettronica dell'Autorità ha proseguito, nell'ottica della garanzia del pluralismo televisivo nel nuovo ambiente digitale terrestre, le attività in materia.

Sono state pertanto svolte tutte le attività funzionali a garantire la cessione di capacità trasmissiva, inclusa la pubblicazione sul sito web dell'Autorità dei listini della

I listini di offerta della capacità trasmissiva

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

capacità trasmissiva resi noti dagli operatori di rete soggetti alla disciplina del c.d. *must-carry* in ciascuna area tecnica/regione.

La Tabella 3.9 riassume le attività svolte in tale direzione evidenziando, per ogni regione, il numero di listini che sono stati pubblicati sul sito web dell'Autorità.

Tabella 3.9. Capacità trasmissiva - Listini pubblicati (all'11 aprile 2013)

Regione	n.	Regione	n.
Abruzzo	21	Molise	20
Basilicata	13	Piemonte	20
Calabria	41	Puglia	44
Campania	15	Sicilia	64
Emilia Romagna	21	Toscana	43
Friuli Venezia Giulia	12	Trentino Alto Adige	8
Lazio	19	Umbria	24
Lombardia	34	Veneto	18
Marche	8		

Fonte: Autorità

Inoltre, sempre in tale ambito, si è provveduto a garantire, ai fornitori di servizi di media audiovisivi che ne hanno fatto richiesta, l'associazione della capacità trasmissiva richiesta per trasmettere la propria programmazione (così come previsto dall'art. 27, comma 5 della citata delibera n. 352/11/CONS).

La pianificazione delle frequenze per la radiodiffusione televisiva e radiofonica digitale

La pianificazione delle frequenze

Nel corso degli ultimi dodici mesi sono state portate a compimento le attività di pianificazione che erano state intraprese in attuazione di quanto stabilito dalla normativa vigente e dalla delibera n. 163/06/CONS, recante "Atto di indirizzo – approvazione di un programma di interventi volto a favorire l'utilizzazione razionale delle frequenze destinate ai servizi radiotelevisivi nella prospettiva della conversione alla tecnica digitale". Tali attività, finalizzate alla revisione e all'attuazione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze e alla realizzazione di una razionale conversione del sistema radiotelevisivo dalla tecnica analogica a quella digitale, hanno tenuto in conto quanto deciso dalla Conferenza regionale delle radiocomunicazioni (RRC06), tenutasi a Ginevra dal 15 maggio al 16 giugno del 2006, organizzata dal Settore Radiocomunicazioni dell'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni per la pianificazione del servizio di radiodiffusione terrestre in tecnica digitale nelle bande di frequenze 174-230 MHz (per la radiodiffusione sonora e televisiva) e 470-862 MHz (per la radiodiffusione televisiva), nei paesi della regione 1, situati a ovest del meridiano 170°E e a nord del parallelo 40°S e nella Repubblica islamica dell'Iran.

Le procedure di pianificazione hanno tenuto in considerazione tutte le norme che sono state emanate sulla materia ed in particolare quelle che hanno interessato, a partire dall'anno 2006, le bande di frequenze assegnate dal Piano nazionale di Ripartizione delle Frequenze al servizio di radiodiffusione sonora e televisiva.

3. Gli interventi

In particolare, la legge 13 dicembre 2010, n. 220, come modificata dalla legge 15 luglio 2011, n. 111 “Conversione in legge, con modificazioni, del decreto legge 6 luglio 2011, n. 98 recante disposizioni urgenti per la stabilizzazione finanziaria”, ha riservato la porzione di banda a 800 MHz (790-862 MHz) per l’utilizzo dei servizi di comunicazione elettronica mobili in larga banda, riducendo la banda di frequenze disponibili per la pianificazione della televisione digitale terrestre e disponendo la liberazione della stessa porzione a 800 MHz, affinché i nuovi utilizzi potessero essere messi in campo a partire dal 1 gennaio 2013.

Nello stesso periodo, il decreto legge 31 marzo 2011, n. 34 convertito con modificazione dalla legge 26 marzo 2011, n. 75 come modificato dalla legge 15 luglio 2011, n. 111 “Conversione in legge, con modificazioni, del decreto legge 6 luglio 2011, n. 98 recante disposizioni urgenti per la stabilizzazione finanziaria” disponeva che l’assegnazione delle risorse alle emittenti locali fosse effettuata sulla base di una graduatoria, rendendo di fatto superata la procedura di convocazione dei tavoli tecnici dei soggetti interessati, attuata precedentemente, con la quale si acquisivano i contributi partecipativi costituenti il presupposto per la valutazione dei fabbisogni in ciascuna area e per la pianificazione di risorse adeguate a soddisfare tali necessità, sempre nel rispetto dei vincoli e dei criteri stabiliti dalla normativa.

Sulla base di quanto fissato dalle norme su richiamate, l’Autorità ha adottato la delibera 265/12/CONS del 7 maggio 2012 recante “Revisione del piano di assegnazione delle frequenze per il servizio televisivo digitale terrestre nelle regioni Sardegna, Valle d’Aosta, Piemonte, Lombardia, Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Lazio e Campania, aree transitate al digitale prima dell’anno 2011” con la quale è stata completata la pianificazione di dettaglio delle risorse da destinare alle emittenti locali sull’intero territorio nazionale già iniziata con le precedenti delibere: (i) n. 423/11/CONS recante “Piano di assegnazione delle frequenze per il servizio televisivo digitale terrestre delle regioni Liguria, Toscana, Umbria e Marche nonché della provincia di Viterbo. (aree tecniche nn. 8, 9 e 10)”; (ii) n. 542/11/CONS recante “Modifica della delibera n. 423/11/CONS recante Piano di assegnazione delle frequenze per il servizio televisivo digitale terrestre delle regioni Liguria, Toscana, Umbria e Marche nonché della provincia di Viterbo. (aree tecniche nn. 8, 9 e 10)”; (iii) n. 93/12/CONS recante “Piano di assegnazione delle frequenze per il servizio televisivo digitale terrestre delle regioni Abruzzo, Molise, Basilicata, Puglia, Calabria e Sicilia (aree tecniche nn. 11, 14 e 15)”.

Infine, in attuazione dell’art. 3-*quinquies* (Misure urgenti per l’uso efficiente e la valorizzazione economica dello spettro radio e in materia di contributi per l’utilizzo delle frequenze televisive) della legge 26 aprile 2012, n. 44, che ha stabilito che i diritti di uso per frequenze in banda televisiva di cui al bando c.d. “*ex beauty contest*” fossero assegnati mediante pubblica gara con rilanci competitivi, l’Autorità, con la delibera n. 550/12/CONS del 14 novembre 2012, ha posto a consultazione pubblica lo schema di provvedimento recante la “Procedura per l’assegnazione delle frequenze televisive digitali terrestri ai sensi dell’art. 3-*quinquies* della legge n. 44 del 26 aprile 2012”. Tale provvedimento faceva seguito allo schema preliminare approvato dal Consiglio dell’Autorità in data 20 settembre 2012 e trasmesso agli Uffici della Commissione europea nell’ambito dell’interlocuzione tecnica prevista dalla citata disposizione legislativa (*cfr. supra*).

Un capitolo a parte merita la pianificazione della radiofonia digitale in Italia, mercato il cui sviluppo non è ancora ai livelli di quello della televisione digitale terrestre, ma

La radiofonia
digitale

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

che possiede le potenzialità per costituire in futuro una risorsa strategica per il sistema radiofonico. La radiofonia digitale, evoluzione naturale della radiofonia analogica, è infatti di notevole interesse per tutte le imprese del settore, in particolare per la possibilità di aprire a nuovi editori il mercato della fornitura dei contenuti da veicolare su detta piattaforma. In previsione di ciò, e per dare un impulso al mercato l'Autorità ha adottato la delibera n. 180/12/CONS per l'avvio di un progetto pilota per il DAB nella provincia autonoma di Trento. A tal fine si è provveduto a definire una prima pianificazione nella regione Trentino Alto Adige, sulla base della disponibilità di risorse destinate al servizio di radiodiffusione radiofonica in tecnica digitale dalla Conferenza di Ginevra 2006 e delle frequenze utilizzabili in banda III-VHF, a seguito dell'avvenuta conversione del sistema televisivo in tecnica digitale. L'Autorità, anche sulla base di valutazioni, a seguito di quanto stabilito dall'art. 2, comma 4, della delibera n. 180/12/CONS circa gli esiti dell'attività svolta e gli obiettivi raggiunti nell'esercizio del servizio, è in procinto di estendere il progetto pilota anche alla Provincia Autonoma di Bolzano. Vale evidenziare, in proposito, che il progetto pilota ha consentito altresì di verificare in concreto l'implementazione della disciplina stabilita per il rilascio delle autorizzazioni, fornendo gli elementi per risolvere alcune criticità che sono emerse nella formazione delle società consortili tra gli operatori, criticità che potrebbero costituire un ostacolo allo sviluppo del servizio.

L'Autorità, pienamente consapevole dei benefici della radio digitale per il pubblico, ha infatti una particolare attenzione al settore, testimoniata anche in recenti occasioni pubbliche di confronto, e intende svolgere in pieno il proprio ruolo nella regolamentazione e nella pianificazione delle risorse di frequenze sul territorio, in sinergia con parallele iniziative che tuttavia appare necessario mettere in campo per lo sviluppo del servizio, quali, ad esempio, le campagne informative e la diffusione dei ricevitori in particolar modo a bordo dei veicoli.

Inoltre, considerato che in fase di avvio dei mercati ed in occasione del progetto pilota nella provincia autonoma di Trento sono state riscontrate alcune criticità nell'assegnazione dei diritti di uso delle frequenze per il servizio radiofonico digitale in ambito nazionale, l'Autorità sta valutando l'opportunità di integrare la disciplina prevista dal regolamento allegato alla del. n. 664/09/CONS, in relazione alle modalità di rilascio dei diritti di uso, al fine di agevolare l'effettivo avvio della radiofonia digitale.

Gli strumenti tecnici della pianificazione

Tutte le attività sopra descritte hanno grandemente beneficiato della disponibilità del Catasto Nazionale delle Frequenze e del suo sistema di gestione *online*, avviato a gennaio 2009 e costantemente sottoposto a interventi di miglioramento delle funzionalità e prestazioni. Il Catasto (vedi paragrafo 3.5.2.) si è affermato come un importante strumento di conoscenza del sistema radiotelevisivo italiano e come un punto di riferimento per numerose attività tecniche e amministrative tra cui, in particolare, quelle legate al processo di pianificazione per la transizione alla televisione digitale terrestre. L'aggiornamento *online* dei dati da parte degli operatori consente un costante monitoraggio delle dinamiche che caratterizzano l'utilizzo dello spettro elettromagnetico di radiodiffusione e permette pertanto di svolgere le attività di competenza relative alla pianificazione sulla base di informazioni sempre più accurate e aderenti alla realtà esistente. Proprio al fine di mantenere e se possibile innalzare il grado di corrispondenza tra i dati dichiarati al Catasto e le effettive condizioni di esercizio delle reti di diffusione operanti sul territorio nazionale, vale la pena mettere in luce quanto recentemente disposto, a seguito del completamento sull'intero territorio nazionale delle operazioni di definitivo spegnimento degli impianti televisivi analogici, dalla delibera n. 556/12/CONS nella quale viene fissato il termine ultimo del 31.12.2012 per effettua-